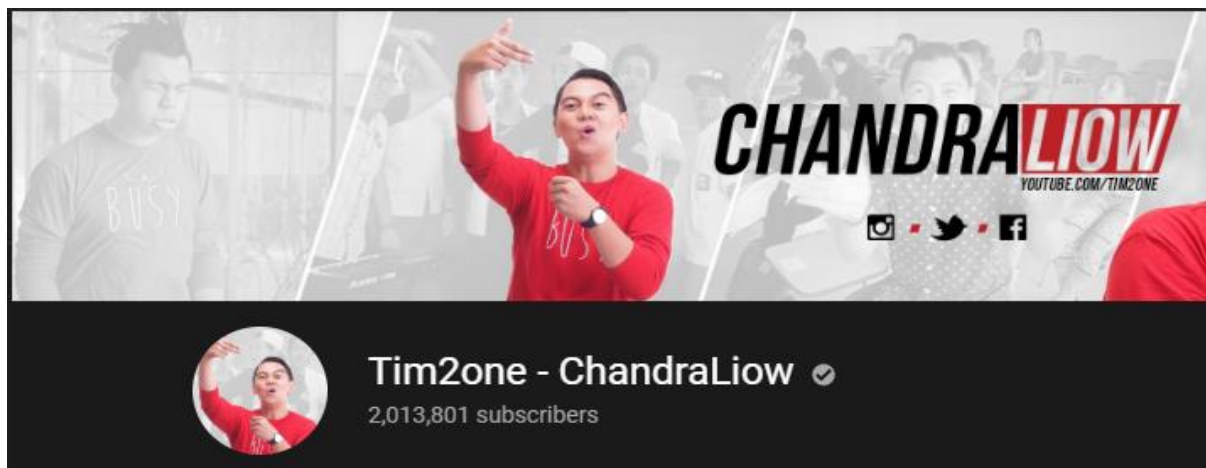




Sumber : Youtube.com

Judul Skripsi :

**EFEKTIVITAS DAYA TARIK ENDORSEMENT PRODUK ASUS MELALUI VIDEO
“UNBOXING LAPTOP 25.000.000” PLATFORM YOUTUBE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ASUS**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Fakhri Ilyasa

NIM : 1510411112



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Fakhri Ilyasa

NRP : 1510411112

Tanggal : 19 Januari 2019

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak-sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 19 Januari 2019



Fakhri Ilyasa

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Diajukan Oleh:

Nama : Fakhri Ilyasa

NIM : 1510411112

Konsentrasi : Advertising

Program Studi : Komunikasi

Judul Skripsi : Efektivitas Daya Tarik Endorsement Produk ASUS Melalui Video "UNBOXING LAPTOP 25.000.000" Platform Youtube Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ASUS

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguhi dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing Utama

(Dr. Ispawati Asri, M. M.)

Pembimbing Pendamping

(Ratu Nadya W., S.Ikom.MM.)

Ketua Program Studi

(Azwar, SS.M,si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 19 Januari 2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karuniaNya. Sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Serta tidak lupa Solawat serta Salam tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

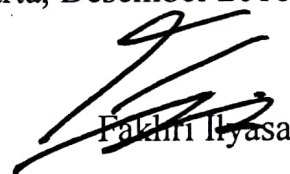
Skripsi ini diajukan dengan judul **“EFEKTIVITAS DAYA TARIK *ENDORSEMENT* PRODUK ASUS MELALUI VIDEO “UNBOXING LAPTOP 25.000.000” *PLATFORM* YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ASUS (Survei Pada Warga Kecamatan Cilandak)”** sebagai syarat memperoleh gelar sarjana di jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dorongan dan semangat banyak pihak yang sangat membantu penulis dan memberi dukungan moriil maupun materiil. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Dr. Ispawati Asri M, M. Dosen Pembimbingan Utama atas bimbingan dan arahnya dalam proses penyelesaian skripsi ini.
2. Ratu Nadya W, S.Ikom, MM. Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membimbing dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Azwar, M.Si. Ketua Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Dr. Kusumajanti, PLH. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Dra. Siti Maryam, M.Si. Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
6. Orangtua penulis yakni Arman Suleman MBa dan Fifi Afiah Alatas, yang selalu mendoakan, mendukung baik materi dan moril, serta semangat selama proses belajar di bangku kuliah hingga penyusunan skripsi.
7. Teman-teman yang telah membantu proses pembuatan skripsi ini secara langsung atau tidak langsung. Ramadhitya Hasabi, Sujiwo Duta Kusuma, yang selalu memberikan semangat serta selalu ikhlas membantu satu sama lain tanpa pamrih. Rekan-rekan kerja Bonceng

memberikan semangat serta selalu ikhlas membantu satu sama lain tanpa pamrih. Rekan-rekan kerja Bonceng SwaNusa yang sudah mengerti dan membantu dengan ikhlas selama proses penyelesaian skripsi ini, dan juga memberi bantuan moril kepada penulis

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna, namun penulis sangat berharap hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya mahasiswa/i UPN "Veteran" Jakarta.

Jakarta, Desember 2018



Fakhri Ilyasa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

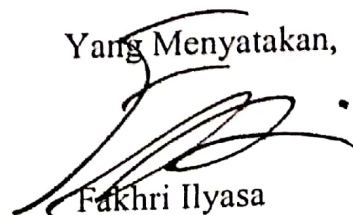
Nama : Fakhri Ilyasa
NRP : 1510411112
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul: EFEKTIVITAS DAYA TARIK ENDORSEMENT PRODUK ASUS MELALUI VIDEO "UNBOXING LAPTOP 25.000.000" PLATFORM YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ASUS. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (datasbase), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 28 Januari 2019

Yang Menyatakan,



Fakhri Ilyasa

EFEKTIVITAS DAYA TARIK *ENDORSEMENT* PRODUK ASUS MELALUI VIDEO “UNBOXING LAPTOP 25.000.000” *PLATFORM* YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ASUS

(Survei Pada Warga Kecamatan Cilandak)

FAKHRI ILYASA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Seberapa efektif daya Tarik *endorsement* produk ASUS melalui video “UNBOXING LAPTOP 25.000.000” *platform* Youtube terhadap keputusan pembelian konsumen ASUS. Konsep yang relevan dalam penelitian ini antara lain adalah daya tarik *endorsement*, dan keputusan pembelian. Sedangkan Teori yang relevan adalah teori informasi lingkungan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan ialah survei, Populasi dalam penelitian ini adalah warga Kecamatan Cilandak, dengan jumlah sampel 100 orang yang tersebar di 5 Kelurahan. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan sampel jenuh. Teknik analisis efektifitas variabel X terhadap variabel Y menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkab bahwa korelasi dari variabel X dan variabel Y sebesar 0,700. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 49%. Dengan demikian perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,480 > 1,66055$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti daya tarik *endorsement* Produk ASUS Melalui Video “UNBOXING LAPTOP 25.000.000” *Platform Youtube* efektif dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen ASUS.

Kata Kunci: ASUS, Daya Tarik Endorsement, Keputusan Pembelian, Video Youtube

EFFECTIVITY OF ASUS PRODUCT'S ENDORSEMENT ATTRACTION VIA YOUTUBE VIDEO "UNBOXING LAPTOP 25.000.000" TOWARDS ASUS's CONSUMER BUYING DECISION

(Survey on Inhabitant of Sub-district Cilandak)

FAKHRI ILYASA

Abstract

This study aims to determine the effectivity of ASUS Product's Endorsement Attraction Via Youtube Video "UNBOXING LAPTOP 25.000.000" Towards ASUS's Consumer Buying Decision. The relevant concept used in this study is endorsement attraction, and consumer buying decision. While theory used in this study is the theory of consumer's information environment. This study uses a quantitative research approach. The research method used is survey. The population in this study were inhabitant of sub-district Cilandak, South Jakarta with a sample of 100 person, spread among 5 area's in Cilandak sub-district. The sampling technique in this study uses a Non-Probability Sampling with saturated samples. The technique of analyzing the effect of variable X on the Y variable using the coefficient of determination test. Data testing techniques are processed using the SPSS program (Statistical Product and Service Solution) version 16. The results of this study indicate that the correlation of variables X and Y is 0,700. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination, the result of the influence of variable X on variable Y is 49%. Thus the calculation of $t_{count} > t_{table}$ is $10,480 > 1,66055$, it can be concluded that H_0 is rejected and H_a accepted. Which means, endorsement attraction of ASUS Product's via Youtube video "UNBOXING LAPTOP 25.000.000" is effective to influencen ASUS consumer buying decision.

Keywords: ASUS, Endorsement Attraction, Consumer Buying Decision, Youtube Video

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	
PENGESAHAN SKRIPSI.....	
KATA PENGANTAR.....	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	
Abstrak.....	i
<i>Abstract</i>.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademik.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Konsep-Konsep Penelitian.....	13
2.2.1 Periklanan	13
2.2.2 Daya Tarik Endorsement	16
2.2.3 Keputusan Pembelian.....	20
2.3 Teori Penelitian.....	24
2.3.1 Teori Informasi Lingkungan Konsumen.....	24

2.4 Kerangka Berpikir.....	28
2.5 Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian	35
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi.....	36
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Metode Pengumpulan Data	39
3.4 Teknik Analisis Data	40
3.4.1 Uji Validitas	41
3.4.2 Uji Realibitas.....	46
3.4.3 Uji Korelasi	48
3.4.4 Uji Koefisien Determinasi.....	49
3.4.5 Uji Hipotesis.....	50
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1 ASUS	52
4.1.2 Chandra Liow dan Tim2one	54
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Karakteristik Responden.....	55
4.2.2 Daya Tarik <i>Endorsement</i>	57
4.2.3 Keputusan Pembelian.....	69
4.2.4 Hasil Uji Korelasi	80
4.2.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	81
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis.....	82
4.3 Pembahasan.....	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. Operasionalisasi Variabel X	31
Tabel 3. Operasionalisasi Variabel Y	32
Tabel 4. Populasi dan Sampel.....	39
Tabel 5. Skala Likert.....	40
Tabel 6. Validitas Variabel X	43
Tabel 7. Validitas Variabel Y	45
Tabel 8. Tingkat Realibilitas <i>Alpha Cronbach's</i>	47
Tabel 9. Uji Reliabilitas Variabel X	47
Tabel 10. Uji Reliabilitas Variabel Y	48
Tabel 11. Interpretasi Koefisien Korelasi	49
Tabel 12. Karakteristik Responden: Jenis Kelamin.....	55
Tabel 13. Karakteristik Responden: Usia Responden.....	56
Tabel 14. Karakteristik Responden: Kepemilikan Laptop ASUS	56
Tabel 15. Pernyataan 1.....	57
Tabel 16. Pernyataan 2.....	58
Tabel 17. Pernyataan 3.....	58
Tabel 18. Pernyataan 4.....	59
Tabel 19. Pernyataan 5.....	60
Tabel 20. Pernyataan 6.....	60
Tabel 21. Pernyataan 7.....	61
Tabel 22. Pernyataan 8.....	62
Tabel 23. Pernyataan 9.....	62
Tabel 24. Pernyataan 10.....	63
Tabel 25. Pernyataan 11.....	64
Tabel 26. Pernyataan 12.....	64
Tabel 27. Pernyataan 13.....	65
Tabel 28. Pernyataan 14.....	66
Tabel 29. Pernyataan 15.....	66

Tabel 30. Pernyataan 16.....	67
Tabel 31. Pernyataan 17.....	68
Tabel 32. Pernyataan 18.....	68
Tabel 33. Pernyataan 19.....	69
Tabel 34. Pernyataan 20.....	71
Tabel 35. Pernyataan 21.....	71
Tabel 36. Pernyataan 22.....	72
Tabel 37. Pernyataan 23.....	72
Tabel 38. Pernyataan 24.....	72
Tabel 39. Pernyataan 25.....	73
Tabel 40. Pernyataan 26.....	74
Tabel 41. Pernyataan 27.....	74
Tabel 42. Pernyataan 28.....	75
Tabel 43. Pernyataan 29.....	76
Tabel 44. Pernyataan 30.....	76
Tabel 45. Pernyataan 31.....	77
Tabel 46. Pernyataan 32.....	77
Tabel 47. Pernyataan 33.....	78
Tabel 48. Pernyataan 34.....	79
Tabel 49. Pernyataan 35.....	79
Tabel 50. Pernyataan 36.....	80
Tabel 51. Uji Korelasi.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Brand Rating Laptop ASUS Tahun 2018	3
Gambar 2. Chandra Liow dan Tommy Limm	5
Bagan 1. Model Pemrosesan Kognitif Pengambilan Keputusan	21
Bagan 2. Bagan Kerangka Berfikir	30
Gambar 3. Logo ASUS	52
Gambar 4. ASUS ROG Hero II	53
Bagan 5. Chandra Liow	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner.....	B1
Lampiran Hasil Pengumpulan Data Pre-test.....	B2
Lampiran Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel X	B3
Lampiran Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Y	B4
Lampiran Hasil Pengumpulan Data Kuesioner.....	B5